

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kayu memiliki sifat yang sangat kompleks yang tidak dimiliki oleh bahan bangunan lainnya. Dengan sifatnya yang kompleks kayu merupakan salah satu sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan secara optimal, salah satunya melalui pengembangan hasil hutan kayu serta bagaimana kayu mempunyai nilai tambah secara ekonomis dan bermanfaat untuk kebutuhan manusia; Industri mebel kayu adalah industri yang mengubah kayu menjadi kayu olahan dalam bentuk barang-barang seperti meja, kursi, lemari, kusen dan lain-lain.

Industri kayu gergajian merupakan salah satu industri perindustrian yang banyak berkembang di Indonesia. Industri ini cukup menjanjikan jika dilakukan dengan cara yang efektif. Perkembangan industri penggergajian kayu di Indonesia diawali dengan diberlakukannya UU pemerintah yakni UU No. 5 tahun 1967 tentang Kehutanan yang pada saat itu menjadikan industri pengolahan kayu sebagai penopang perekonomian negara dan penyumbang devisa non migas terbesar.

Industri penggergajian kayu saat ini sedang dihadapkan pada beberapa permasalahan, antara lain kekurangan bahan baku, kualitas produk yang dihasilkan, inefisiensi dan persaingan industri sejenis. Selain kekurangan bahan baku, daya saing produk dan nilai tambah yang rendah merupakan sejumlah permasalahan yang dihadapi industri perindustrian saat ini. Permintaan

kayu gergajian dipengaruhi secara signifikan harga kayu bulat domestik dan permintaan domestik kayu gergajian, jumlah perusahaan dalam industri kayu gergajian.²

Pada awal perkembangan industri pengolahan kayu, industri kayu gergajian dirintis terlebih dahulu, namun dalam perjalanannya industri ini kurang berkembang dibandingkan dengan industri kayu lapis. Hal ini ditunjukkan dengan adanya penurunan produksi kayu gergajian mulai tahun 1991 hingga saat ini. Selanjutnya industri kayu lapis mulai berkembang pada periode 1973 - 1980, yang bersifat inward oriented atau substitusi impor, karena produk kayu lapis pada masa itu ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri, yang selama periode tersebut diimpor dari negara Malaysia, Taiwan, Singapura dan Korea. Kenyataan yang ada sejak tahun 1980-an menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah dibidang industri kehutanan lebih condong mengutamakan industri kayu lapis, sehingga industri kayu lapis telah berkembang lebih pesat dibandingkan industri pengolahan kayu lainnya.

UD. Rejo Mulyo merupakan salah satu perusahaan industri yang bergerak dalam bidang perkayuan. UD. Rejo Mulyo didirikan pada tahun 1995 di Desa Pakel, Kecamatan Ngantru. Pekerjaan awalnya ialah pengadaan dan pengolahan bahan baku kayu. Dalam menghadapi persaingan pemasaran yang ada, peningkatan mutu yang dilakukan UD. Rejo Mulyo ini dengan

²Makkarennu, et. all., Strategi Pengembangan Usaha pada Industri Kayu Gergajian Melalui Pendekatan SWOT dan IFAS-EFAS Analysis (*Business Development Strategy in Sawn Timber Industry Through the SWOT Approach and IFAS-EFAS Analysis*), Jurnal Ilmu Teknol. Kayu Tropis Vol. 17 No. 1, 2019, hal. 91

menggunakan mesin kerja kayu yang sangat baik disertai dengan operator terlatih untuk memastikan produk kayu berkualitas tinggi. UD. Rejo Mulyo mendapatkan pasokan kayu log (gelondongan) dari perkebunan. Kapasitas produksi kurang lebih mencapai 25000 m³ kayu per bulannya. Lini pemasaran UD. Rejo Mulyo dalam pendistribusiannya telah mencakup berbagai daerah, yaitu Tulungagung, Blitar, Kediri, Gresik, Mojokerto, Nganjuk, Surabaya, Jawa Tengah dan sekitarnya.

Hutan rakyat dan hutan tanaman rakyat diakui sebagai salah satu solusi permasalahan kehutanan di Indonesia. Pembangunan dan penyempurnaan tata usaha kayu hutan rakyat menjadi salah satu solusinya. Untuk itu sistem pengelolaan tidak saja dititik beratkan pada peningkatan produksi, namun mengarah pada peningkatan taraf hidup petani, perluasan lapangan kerja bahkan jika memungkinkan juga bertujuan untuk memperluas pasar produk. Sifat dari hasil produksi hutan rakyat (kayu rakyat) di antaranya volume atau jumlahnya yang relatif kecil, jauh dari konsumen/pabrik dan industri kayu lainnya, kualitas kayu yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan kualitas yang diharapkan serta kurangnya informasi mengenai harga kayu dipasaran seringkali menjadi persoalan terhadap kurang maksimalnya petani hutan rakyat dalam memperoleh keuntungan. Untuk itu tentunya dibutuhkan sistem pengelolaan yang baik, dan salah satunya adalah keberadaan lembaga pengelola atau unit manajemen pemasaran.³

Seiring dengan ketatnya persaingan baik dalam negeri dan luar negeri,

³Muh. Erwin Syah, et. all., Sistem Pemasaran Kayu Rakyat di Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan, Jurnal Hutan dan Masyarakat. Vol. 10(1): 192-202, 2018, hal. 192

ditambah dengan kondisi perekonomian yang tidak bisa diprediksi, menuntut perusahaan harus bisa mengelola dan mengembangkan perusahaan dengan baik. Pengelolaan yang dimaksud yaitu proses manajemen yang baik. Manajemen internal dalam perusahaan dapat memperkecil resiko dan menekan kondisi yang tidak diinginkan. Dalam menentukan kesuksesan suatu perusahaan, banyak aspek yang dibutuhkan, salah satunya dalam hal sumber daya manusia. Karena perusahaan beroperasi menggunakan seluruh sumber daya untuk dapat menghasilkan barang dan jasa. Pada era globalisasi ini, sumber daya manusia mempunyai peran yang penting untuk kemajuan sebuah organisasi. Sumber daya manusia bukan dianggap sebagai biaya lagi, tetapi sebagai aset yang penting dalam perusahaan. Sumber daya manusia perlu dikelola dengan baik agar dapat mengikuti pergerakan persaingan yang semakin ketat. Melihat dewasa ini persaingan didunia bisnis semakin ketat, hal ini merupakan tantangan yang besar untuk bisa meningkatkan mutu sumber daya manusia agar perusahaan tetap bisa bertahan.⁴

Dalam dunia bisnis, uang merupakan tujuan utama seseorang dalam berbisnis. Akan tetapi, ada satu hal utama yang membedakan antara bisnis Syariah dan bisnis konvensional, yaitu keberkahan dalam uang tersebut. Agar seorang pengusaha tidak terjebak dalam kerjasama yang tidak berkah dan dapat menimbulkan perilaku menyalahi aturan di antara pelaku bisnis. Maka mempelajari beberapa akad kerja sama, jual beli, sewa menyewa dan yang lainnya, adalah sesuatu yang sangat penting. Seorang pebisnis harus

⁴Yenni Gunawan dan Dhyah Harjanti, *Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Pengolahan Kayu Pada Cv. Karya Jaya Nusantara Di Surabaya*, Jurnal Agora Vol. 1, No. 1, 2013, hal. 1-2

senantiasa mengupdate pengetahuannya dalam bidang ekonomi bisnis Islam, agar tidak terjebak dalam transaksi yang tidak halal. Selain itu, ia haruslah selalu mengamati peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga dalam kegiatan pemasaran.

Pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam proses kegiatan perusahaan, dimana kegiatan pemasaran secara langsung mengarahkan pada pencapaian tujuan perusahaan yang salah satunya adalah peningkatan volume penjualan dalam mendapatkan laba secara optimal, sehingga dapat dikatakan bahwa laba diperoleh suatu perusahaan merupakan pencerminan dari keberhasilan aktivitas pemasaran perusahaan itu sendiri. Pemasaran merupakan proses interaksi jual beli barang dan jasa antara Produsen dan Konsumen.⁵

Dengan melihat produktivitas industri penggergajian kayu di UD. Rejo Mulyo diperlukan oleh sebuah industri untuk dapat tetap *survive* dan mampu bersaing dengan industri lain. Untuk membangun loyalitas pelanggan diperlukan adanya strategi-strategi dari perusahaan untuk tetap memberikan kualitas terbaik dalam setiap produk atau jasa yang dimilikinya. Dalam menghadapi upaya pemenuhan kapasitas produksinya dan bagaimana proses pemasaran yang dilakukan oleh pihak UD. Rejo Mulyo mendapatkan konsumen maupun pelanggan di bidang usahanya ini menarik peneliti untuk membahasnya.

⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Sygma Exagrafika, 2009), hal. 47

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui strategi UD. Rejo Mulyo dalam pemasaran kayu di Desa Pakel, Kecamatan Ngantru. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“Implementasi Strategi Pemasaran Pada Perkembangan Industri Penggergajian Kayu di UD. Rejo Mulyo Desa Pakel Kecamatan Ngantru”**.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam perkembangan di industri penggergajian kayu UD. Rejo Mulyo?
2. Apa saja kendala serta solusi dalam penerapan strategi pemasaran di industri penggergajian kayu UD. Rejo Mulyo ?
3. Bagaimana perkembangan industri penggergajian kayu UD. Rejo Mulyo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran dalam perkembangan di industri penggergajian kayu UD. Rejo Mulyo.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala serta solusi dalam penerapan strategi pemasaran di industri penggergajian kayu UD. Rejo Mulyo.
3. Untuk mengetahui perkembangan industri penggergajian kayu UD. Rejo Mulyo.

D. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian ini lebih fokus pada subyek yang memang menjadi pokok permasalahan. Dalam penelitian ini,

penulis menjelaskan secara deskriptif mengenai implementasi strategi pemasaran UD. Rejo Mulyo di Desa Pakel Kecamatan Ngantru. Wilayah kajian dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran, kendala dalam penerapan strategi, dan perkembangan industri UD. Rejo Mulyo. Untuk menghindari terlalu meluasnya masalah yang dibahas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini hanya sampai pada “Implementasi Strategi Pemasaran Pada Perkembangan Industri Penggajian Kayu di UD. Rejo Mulyo Desa Pakel Kecamatan Ngantru”.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan, baik manfaat dalam bidang teoritis maupun dalam bidang praktis. Adapun manfaat penelitian yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah khazanah keilmuan yang dapat berguna bagi pengembangan ilmu ekonomi dan sebagai acuan untuk penelitian serupa di masa yang akan datang serta dapat dikembangkan lebih lanjut demi mendapatkan hasil yang sesuai dengan perkembangan zaman terkait industri penggajian kayu.

2. Kegunaan Praktis

- a. Perusahaan

Bagi perusahaan diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk menentukan langkah yang sebaiknya

diambil dalam mengatur strategi pemasaran di masa yang akan datang dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam hal manajemen terhadap perusahaan industri kayu UD. Rejo Mulyo.

b. Masyarakat

Bagi masyarakat diharapkan hasil penelitian ini akan membantu manusia untuk meningkatkan kemampuannya dalam menginterpretasikan fenomena-fenomena yang terjadi didalam masyarakat dan sekitarnya, yang bersifat kompleks dan saling terkait.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah wacana yang bermanfaat untuk pengembangan keilmuannya, serta bisa diteliti lebih lanjut bagi mereka yang tertarik.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap judul diatas dan untuk memperoleh gambaran yang jelas serta dapat mempermudah pengertiannya, berikut ini penulis sajikan penegasan istilah:

1. Definisi Konseptual

a. UMKM

Secara umum pengertian usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha yang memproduksi barang dan jasa yang menggunakan bahan baku utama berbasis pada pendayagunaan sumber daya alam, bakat dan karya seni tradisional dari daerah

setempat.⁶

b. Industri Penggergajian

Penggergajian dapat didefinisikan menjadi berapa pengertian, tetapi pada dasarnya adalah proses pengolahan kayu log (*kayu gelondongan*) menjadi kayu yang siap digunakan untuk berbagai tujuan. Secara umum industri penggergajian adalah industri yang mengolah atau mengkonversi kayu dari kayu log (*kayu gelondongan*) ke bentuk kayu gergajian melalui proses pembelahan dan pemotongan. Secara garis besarnya, prinsip kerja dalam penggergajian adalah pengolahan awal kayu log menjadi kayu gergajian melalui proses pembelahan dan pemotongan.⁷

c. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha. Oleh karena itu strategi pemasaran merupakan kombinasi dari bauran pemasaran yang akan diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pasarnya. Bauran pemasaran ini haruslah diatur sedemikian rupa sehingga akan dapat berfungsi sebagai senjata yang tepat dalam perbandingannya di pasar melawan pesaing-pesaing. Oleh karena itu, maka senjata itu harus disesuaikan dengan keadaan pasar serta kondisi persaingan yang di hadapinya, dimana jenis kombinasi

⁶Abdul Halim, *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi, Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan Kabupaten Mamuju*, Volume. 1, No. 2, 2020, hal. 163

⁷Wahyudi, *Dasar – Dasar Penggergajian*, Yogyakarta: Pohon Cahaya, 2013, hal. 15

bauran pemasaran yang meliputi; produk, harga, promosi, dan saluran distribusi.⁸

2. Definisi Operasional

Dalam penegasan operasional ini, yang dimaksud dengan penerapan strategi pemasaran pada industri penggajian adalah strategi pemasaran memiliki peranan penting dalam kelangsungan perkembangan industri, sehingga dapat bersaing dengan industri lainnya. Selain itu, penerapan strategi yang tepat juga bisa membantu menaikkan pendapatan industri tersebut.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan gambaran yang utuh dan terarah atas hasil penelitian ini, maka sistematika penulisan skripsi ini dibagi dalam enam bab.

Adapun rincian dari bab tersebut, antara lain :

BAB I PENDAHULUAN: Merupakan bagian pendahuluan yang berisi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, Identifikasi penelitian dan batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, landasan teoritis, penelitian terdahulu, metode penelitian, jenis penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA : Merupakan kajian pustaka yang berisi mengenai kajian teori yang pembahasannya meliputi penelitian terdahulu dan kerangka berfikir teoritis yang melandasi penelitian ini. Kajian teori dalam

⁸Wahyuni Usman, *Analisis Strategi PT. Zanur Hijau Lestari Dalam Meningkatkan Penjualan Kayu Olahan Di Kabupaten Bulukumba*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Makassar, hal. 12

penelitian ini menggunakan teori-teori yang meliputi strategi pemasaran secara umum, indikator strategi pemasaran, tujuan strategi pemasaran, bauran pemasaran dan produk.

BAB III METODE PENELITIAN : Dalam bab ini berisi mengenai jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, populasi dan sampel, pengecekan keabsahan , dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN : Dalam bab ini peneliti menguraikan paparan data atau temuan peneliti yang disajikan dalam topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian dari hasil analisis data.

BAB V PEMBAHASAN : Dalam bab ini berisi tentang pembahasan yang menjawab secara keseluruhan permasalahan yang ada pada fokus penelitian.

BAB VI PENUTUP : Dalam bab ini berisi rangkuman dari seluruh rangkaian pembahasan yang kemudian menarik kesimpulan yang menjadi jawaban atas semua pertanyaan yang telah diajukan dalam fokus penelitian disertai dengan pemberian saran atas dasar gagasan penelitian tersebut.